ANÁLISE MACROECONÔMICA DO IMPACTO DO SHOW DA LADY GAGA NO RIO DE JANEIRO: UMA PERSPECTIVA KEYNESIANA E KALECKIANA

Eduardo Lucas Fernandes da Silva[1]

RESUMO

Este trabalho analisa o impacto macroeconômico do show da cantora Lady Gaga no Rio de Janeiro (2025), utilizando as lentes teóricas de Keynes e Kalecki. O objetivo é interpretar como esse megaevento, concebido como instrumento de política econômica no programa "Todo Mundo no Rio", influenciou a demanda agregada e variáveis como consumo, emprego e inflação. A metodologia é qualitativa e interpretativa, baseada na triangulação de dados secundários de fontes oficiais (SMDE, Riotur, Embratur), indicadores de mercado (Cielo) e investigações de imprensa (BBC Verify). O evento envolveu um investimento total de R$ 92 milhões e gerou um impacto econômico estimado em R$ 600 milhões. Os resultados apontam forte dinamização na hotelaria (86,6% de ocupação) e transportes, embora revelem o "paradoxo de bares e restaurantes", que registraram queda de 1,2% na receita. A análise conclui que, apesar da eficácia do estímulo à demanda no curto prazo, a incerteza das projeções e a natureza temporária dos postos de trabalho reforçam a necessidade de políticas estruturais complementares para garantir o desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Lady Gaga; Macroeconomia; Keynes; Kalecki; Avaliação de Impacto.

ABSTRACT

This paper analyzes the macroeconomic impact of Lady Gaga's concert in Rio de Janeiro (2025) through the theoretical lenses of Keynes and Kalecki. The objective is to interpret how this mega-event, designed as an economic policy tool within the "Todo Mundo no Rio" program, influenced aggregate demand and variables such as consumption, employment, and inflation. The methodology is qualitative and interpretive, based on the triangulation of secondary data from official sources (SMDE, Riotur, Embratur), market indicators (Cielo), and media investigations (BBC Verify). The event involved a total investment of R$ 92 million and generated an estimated economic impact of R$ 600 million. The results show a strong boost in the hotel industry (86.6% occupancy) and transportation, while revealing the "bars and restaurants paradox," which saw a 1.2% decrease in revenue. The analysis concludes that, despite the effectiveness of short-term demand stimulus, the uncertainty of projections and the temporary nature of jobs underscore the need for complementary structural policies to ensure sustainable development.

Keywords: Lady Gaga; Macroeconomics; Keynes; Kalecki; Impact Evaluation.

[1] Mestrando em economia na Universidade Estadual Paulista de Araraquara (UNESP).

1. Introdução

1.1. Contexto do Megaevento e Sua Projeção Econômica no Rio de Janeiro

O show da Lady Gaga, realizado em 3 de maio de 2025 na Praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, foi concebido como um evento público gratuito com o objetivo explícito de dinamizar a economia e o turismo da cidade (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a), o show marcou o retorno da cantora ao país 13 anos depois da sua última apresentação no Brasil.[1] Esta iniciativa posiciona o show não apenas como um espetáculo cultural, mas como um instrumento deliberado de política econômica. O evento integra o projeto "Todo Mundo no Rio", uma estratégia da Prefeitura do Rio de Janeiro para incorporar grandes atrações musicais internacionais ao calendário anual da cidade, o “Rio o ano inteiro”; o projeto foca especificamente o mês de maio, e previstos para os próximos quatro anos (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a).

Esta visão de longo prazo, demonstrado no projeto, busca transformar o que tradicionalmente era um período de baixa temporada turística, como o mês de maio, em um ciclo de atividade econômica sustentada, com a intenção de replicar e superar o sucesso econômico do show da Madonna em 2024 (VILELA, 2025).

As projeções iniciais, baseadas em um estudo da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico (SMDE) e da Riotur, intitulado "Potenciais Impactos Econômicos do Show da Lady Gaga No Rio – 2025", estimavam um impacto econômico total de R$ 600 milhões para a economia carioca (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a).

O investimento financeiro total para a realização do show alcançou R$ 92 milhões (público/privado), tornando-o o show gratuito mais dispendioso já realizado no Brasil (PERES, 2025). O evento atraiu um público estimado em 2,1 milhões de pessoas para a Praia de Copacabana, de acordo com a Prefeitura do Rio de Janeiro (2025c); superando significativamente a projeção inicial de 1,6 milhão de participantes (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a).

A discrepância entre as projeções *ex-ante* e os resultados *ex-post* é um aspecto fundamental a ser considerado. A estimativa inicial de R$ 600 milhões de impacto econômico (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a) era uma projeção realizada antes do evento, e não um valor realizado. O público real de 2,1 milhões de pessoas (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025c) excedeu substancialmente a estimativa inicial de 1,6 milhão (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a), e uma checagem da BBC Verify (2025), publicada em julho de 2025, concluiu-se que o público real não ultrapassou 660 mil pessoas (BBC VERIFY, 2025).

Essa diferença sublinha a incerteza inerente às previsões econômicas, particularmente em eventos de grande escala e natureza singular. Na perspectiva keynesiana, a base "precária" das expectativas (KEYNES, 1996, p.294) e a "psicologia caprichosa e indisciplinada do mundo dos negócios" (KEYNES, 1996, p.296) indicam que os resultados econômicos nem sempre são

previsíveis. As projeções *ex-ante*, embora úteis para planejamento e justificativa, podem não capturar totalmente a natureza dinâmica e muitas vezes imprevisível das respostas da demanda agregada.

Essa distinção é crucial para avaliar a confiabilidade e o rigor metodológico dos estudos de impacto econômico de megaeventos. Embora o evento tenha gerado uma atividade econômica substancial, a magnitude exata e a conformidade com a projeção de R$ 600 milhões (que é uma estimativa, não uma medição direta dos gastos reais) exigem uma qualificação cuidadosa.

Isso também levanta uma discussão crítica sobre a economia política por trás de tais projeções, que frequentemente são elaboradas para legitimar gastos públicos e obter apoio da população (PRONI; FAUSTINO; SILVA, 2014, p.18). Uma análise mais rigorosa demandaria a coleta de dados *ex-post* e uma comparação dos gastos efetivos com as estimativas iniciais, embora alguns dados pós-evento sobre exposição midiática (DIAS, 2025) e vendas setoriais (CIELO, 2025) estejam disponíveis.

1.2. Objetivo da Análise

O presente relatório empreende uma análise macroeconômica do impacto do Show da Lady Gaga na economia do Rio de Janeiro. O objetivo primordial transcende a mera apresentação de dados; trata-se de interpretar criticamente como a influência do evento sobre a demanda agregada, os padrões de consumo, os fluxos de investimento, a geração de emprego e as pressões inflacionárias, com particular atenção aos princípios da demanda efetiva e do efeito multiplicador. Busca-se, assim, uma compreensão profunda dos mecanismos econômicos subjacentes em ação.

1.3. Estrutura do Relatório e Metodologia

Para alcançar os objetivos propostos, este trabalho utiliza uma metodologia de natureza qualitativa fundamentada na triangulação de dados secundários. A base de dados provém de estudos da SMDE, Riotur e Embratur, além de indicadores de mercado como o Índice de Varejo Cielo (ICVA) e investigações de órgãos de imprensa, como a checagem da BBC Verify.

O relatório está estruturado para, inicialmente, apresentar os fundamentos teóricos das economias keynesiana e kaleckiana, fornecendo as ferramentas conceituais necessárias para a discussão. A análise empírica subsequente examina o impacto do show sobre as principais variáveis macroeconômicas: demanda, consumo, investimento, emprego e inflação.

O procedimento analítico central consiste no confronto crítico entre as projeções *ex-ante* e os resultados *ex-post*, permitindo avaliar a eficácia do evento como política econômica sob as lentes da demanda efetiva, do efeito multiplicador e do grau de monopólio. As seções finais abordarão o legado de longo prazo e a sustentabilidade de tais megaeventos, culminando em recomendações de

política derivadas das descobertas teóricas e empíricas.

2. Arcabouço Teórico: Keynes e Kalecki sobre Demanda Efetiva e Ciclos

2.1. A Demanda Efetiva e o Multiplicador Keynesiano

Keynes (1996), em seu livro "Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda", argumentou fundamentalmente que o nível de emprego em uma economia é determinado pelo nível da demanda agregada, e não apenas pelo preço da mão de obra, como sugeria a economia clássica. Ele postulou que, se a demanda total por bens no pleno emprego for inferior à produção total, a economia se contrairá até que a igualdade seja alcançada. Isso desafiou diretamente a noção clássica de que os mercados competitivos levariam naturalmente a um equilíbrio de pleno emprego (KEYNES, 1996, p.60-61).

Um componente central da demanda agregada na teoria keynesiana é o consumo, que é amplamente determinado pela "propensão a consumir" (KEYNES, 1996, p.113-115). Este conceito refere-se à proporção da renda que as famílias destinam a bens e serviços. A função consumo, portanto, estabelece uma ligação entre o consumo e a renda disponível. Uma maior propensão a consumir amplifica o impacto de qualquer injeção inicial de demanda na economia, pois cada unidade de gasto gera rodadas adicionais de gasto (KEYNES, 1996, p.141). O investimento é identificado como um componente altamente volátil da demanda agregada. Keynes (1996, p.149-150, 293-298) argumentou que as decisões de investimento são primariamente influenciadas por dois fatores: a "eficiência marginal do capital" (EMC) e a taxa de juros. A EMC representa a taxa de retorno esperada de um novo ativo de capital. “O fato de maior importância é a extrema precariedade da base do conhecimento sobre o qual temos que fazer os nossos cálculos das rendas esperadas” (KEYNES, 1996, p.161), o que leva a flutuações significativas no investimento e, consequentemente, na atividade econômica geral e no emprego (KEYNES, 1996, p.12).

> Eu a encontro na idéia de que é função da taxa de juros preservar o equilíbrio não entre a demanda e a oferta de novos bens de capital mas entre a demanda e a oferta de dinheiro, isto é, entre a demanda pela liquidez e os meios de satisfazer essa demanda. (KEYNES, 1996, p.39)

Indivíduos e empresas preferem manter moeda, o ativo mais líquido, por diversas razões: motivos de transação (despesas cotidianas), motivos de precaução (necessidades inesperadas) e motivos especulativos (manter moeda para aproveitar oportunidades futuras de investimento) (KIVAK, 2022; KEYNES, 1996, p.176). A taxa de juros, portanto, é vista como a recompensa por abrir mão da liquidez (KIVAK, 2022; KEYNES, 1996, p.175).

Um pilar da economia keynesiana é o "efeito multiplicador" (KEYNES, 1996). Este princípio afirma que uma mudança no gasto autônomo (por exemplo, investimento, gasto governamental) leva a uma mudança proporcional, mas amplificada, na produção e renda totais. “Se

o multiplicador fiscal for maior que um, um aumento de um dólar no gasto governamental resultará em um aumento da produção maior que um dólar" (JAHAN; MAHMUD; PAPAGEORGIOU, 2014, tradução nossa). Este efeito surge das sucessivas rodadas de gasto e re-gasto dentro da economia, impulsionadas pela propensão marginal a consumir.

2.2. A Perspectiva Kaleckiana: Lucros, Investimento e Instabilidade Capitalista

Michał Kalecki, assim como Keynes e Marx, rejeitou fundamentalmente a Lei de Say, afirmando que a atividade econômica em uma economia monetária de produção é determinada pela demanda agregada, tanto no curto quanto no longo prazo (HEIN, 2015, p.2; KALECKI, 1977, p.10). A oferta não cria automaticamente sua própria demanda, e que as capacidades produtivas não são os únicos limites de longo prazo para a produção e o crescimento (HEIN, 2015, p.1).

Um aspecto altamente distintivo e influente da teoria de Kalecki (1977) é sua proposição de que "os trabalhadores gastam o que ganham e os capitalistas ganham o que gastam". Em seu arcabouço, Kalecki (1933a apud BESOMI, 2005, p.11) argumentou que os lucros agregados são primariamente determinados pelas decisões de investimento e consumo de luxo dos capitalistas. Assumindo que os trabalhadores não poupam, os lucros totais são iguais ao consumo dos capitalistas mais seus investimentos (HEIN, 2015, p.5). Essa direção causal (gasto determina lucros) representa uma ruptura radical com o pensamento convencional (POSSAS, 2024, p.2).

Para Kalecki (1937 apud GHOSH, 2011), o investimento é o fator ativo que determina a poupança, sendo essa igualdade alcançada por meio de mudanças no nível da atividade econômica, e não por ajustes na taxa de juros. Ele fez uma distinção crucial entre as *decisões* de investimento e os *desembolsos* de investimento reais, observando que esses desembolsos ocorrem com um atraso de tempo. O investimento, de imediato, aumenta o nível de produção, mas também eleva a capacidade produtiva futura. Essa capacidade aumentada, por sua vez, influencia as decisões de investimento subsequentes, o que pode limitar a produção futura e contribuir para padrões cíclicos (GHOSH, 2011, p.4). "Este paradoxo, que é peculiar ao capitalismo, foi resumido por Kalecki (1937) da seguinte forma: 'A tragédia do investimento é que ela causa crise porque é útil.' "(GHOSH, 2011, p.4, tradução nossa).

Kalecki argumentou que a economia de mercado é inerentemente instável e propensa a flutuações cíclicas sem intervenção governamental (BESOMI, 2005, p.8). Ele via o ciclo de negócios como intrinsecamente enraizado no caráter contraditório do modo de produção capitalista (BESOMI, 2005, p.2). Segundo a análise de Ghosh (2011, p.4-5) sobre o pensamento de Kalecki, a intervenção governamental é uma ferramenta capaz de prevenir os ciclos econômicos e facilitar o pleno emprego; Kalecki sustentou que, para isso, não seriam necessários déficits orçamentários contínuos, pois os gastos públicos poderiam ser financiados pela tributação dos lucros. Contudo, ele

introduziu o conceito de "ciclo político de negócios", argumentando que o pleno emprego sustentado é improvável sob o capitalismo devido à oposição da classe capitalista, que teme a perda de poder de barganha e as mudanças sociais resultantes do fortalecimento dos trabalhadores (GHOSH, 2011, p.5).

A teoria de formação de preços de Kalecki (1966 apud GHOSH, 2011) é parte integrante de seu arcabouço macroeconômico. Ele postulou que os preços de muitos produtos em economias capitalistas avançadas são determinados pelos custos, incorporando uma margem de oligopólio (ou "grau de monopólio") (GHOSH, 2011, p.4; KALECKI, 1977, p.17-18). Essa margem não é constante; ela depende de fatores como a concentração da produção, os esforços de promoção de vendas e o poder de barganha dos trabalhadores (KALECKI, 1977, p.40; GHOSH, 2011, p.4). Esse "grau de monopólio" influencia diretamente a participação dos lucros na renda nacional.

2.3. Pontos de Convergência e Divergência para a Análise de Eventos de Grande Porte

As estruturas keynesiana e kaleckiana convergem na centralidade da demanda efetiva para determinar o nível de atividade econômica e emprego, e na possibilidade de desemprego involuntário (HEIN, 2015, p.22-23). Ambas rejeitam a noção de auto ajuste automático do mercado (Lei de Say) e veem a intervenção estatal como potencialmente necessária para estabilizar a economia e alcançar o pleno emprego; o conceito de efeito multiplicador, embora derivado de maneiras distintas, é fundamental em ambas as teorias (JAHAN; MAHMUD; PAPAGEORGIOU, 2014).

No entanto, existem ênfases distintas. Enquanto Keynes enfatiza o "espírito animal" dos mercados (por exemplo, expectativas, preferência pela liquidez) e a rigidez de salários e preços como fontes de instabilidade (KEYNES, 1996, p.13, 247), Kalecki (1977, p.16-21) oferece uma análise mais profunda da distribuição de renda (lucros versus salários), do papel do "grau de monopólio" e da natureza inerentemente cíclica do capitalismo impulsionada pelas decisões de investimento dos capitalistas.

Para a análise de megaeventos, uma lente keynesiana se concentraria no estímulo direto e indireto à demanda agregada via gastos governamentais e privados, enquanto uma perspectiva kaleckiana consideraria adicionalmente como os lucros gerados são distribuídos, como isso influencia as futuras decisões de investimento e a dinâmica dos preços através do poder de mercado.

O show da Lady Gaga, com seu investimento público de R$ 30 milhões (VILELA, 2025) e R$ 62 milhões de patrocinadores privados (PORTAL TELA, 2025), representa uma injeção substancial de gasto autônomo na economia do Rio de Janeiro. Na economia keynesiana, o gasto

governamental (e, por extensão, eventos de grande escala com patrocínio público e privado) atua como um componente direto da demanda agregada (JAHAN; MAHMUD; PAPAGEORGIOU, 2014). Essa injeção inicial, ao circular pela economia, aciona o mecanismo do multiplicador de renda. A justificativa explícita do prefeito para o gasto público, de que tais eventos "enchem hotéis e restaurantes, beneficiando assim a economia da cidade" (VILELA, 2025), é uma articulação direta do princípio keynesiano de que o aumento do gasto autônomo estimula a demanda agregada, levando a maior produção e emprego.

O caráter gratuito do show (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a) para o público maximiza ainda mais o consumo induzido, removendo a barreira de preço para a participação direta e, assim, potencialmente aumentando a propensão marginal a consumir dos participantes. O evento, portanto, serve como um exemplo clássico de um estímulo do lado da demanda. O sucesso do evento em atrair uma grande multidão e gerar atividade econômica substancial, conforme medido pela estimativa de R$ 600 milhões, oferece suporte empírico ao argumento keynesiano em favor da intervenção governamental ativa para impulsionar a atividade econômica, especialmente em setores como turismo e serviços, que frequentemente enfrentam flutuações sazonais.

A "tragédia do investimento" de Kalecki postula que o investimento, ao mesmo tempo em que gera demanda no presente, expande a capacidade produtiva futura, o que pode levar a excesso de capacidade e crises, sem garantir a manutenção da demanda necessária para absorvê-la (GHOSH, 2011, p.4). Embora o show da Lady Gaga seja primariamente um evento impulsionado pelo consumo, e não um investimento tradicional em bens de capital de longo prazo, a lógica subjacente pode ser adaptada.

A significativa mobilização e a "criação de capacidade" temporária em setores como hotelaria, transporte e produção de eventos (por exemplo, montagem temporária de palco, aumento de pessoal) para acomodar o fluxo massivo de pessoas (PAULO, 2025) representam uma expansão de curto prazo das capacidades de oferta. A sustentabilidade de longo prazo da estratégia referente ao estudo "Rio o Ano Inteiro" (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025e) depende da demanda por esses megaeventos recorrentes e serviços associados continuar a crescer ou, pelo menos, permanecer estável.

Se a demanda diminuir, a capacidade temporariamente expandida em hotéis, transporte e outros setores de serviços poderia se tornar subutilizada, levando à redução da lucratividade e a uma potencial contração nesses setores, uma "crise" em nível micro, análoga ao paradoxo de Kalecki. Além disso, o argumento de Kalecki sobre a oposição capitalista ao pleno emprego sustentado (GHOSH, 2011, p.5) poderia se manifestar se os eventos recorrentes levassem a um aumento dos custos de mão de obra ou a outros fatores que comprimissem as margens de lucro, potencialmente gerando pressões para reduzir o investimento público ou a frequência de tais eventos.

3. Impacto do Show da Lady Gaga na Demanda Efetiva e Consumo

3.1. Mobilização de Público e Fluxo Turístico

Segundo a Prefeitura do Rio de Janeiro (2025c), o show atraiu um público estimado de 2,1 milhões de pessoas para a Praia de Copacabana, superando significativamente a projeção inicial de 1,6 milhão (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). Desse público massivo, aproximadamente 600 mil eram turistas que visitaram a cidade especificamente para o evento (BORGHI, 2025). Estimativas iniciais dividiam o público em 85% do Rio de Janeiro e sua Região Metropolitana (aproximadamente 1,36 milhão), 12% turistas nacionais (aproximadamente 192 mil) e 3% turistas estrangeiros (aproximadamente 48 mil) (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a).

A expectativa era de 107 mil no desembarque internacional, mas dados pós-evento (*ex-post*) mais precisos da Embratur indicaram que por volta de 40 mil turistas internacionais chegaram no Aeroporto do Galeão entre 27 de abril e 3 de maio, representando um aumento de 39,89% em comparação com o mesmo período em 2024, e considerando também os que chegaram por outros aeroportos e utilizaram voos domésticos, calcula-se que entre 60 e 65 mil estrangeiros tenham visitado a cidade durante o período do evento (SEARA, 2025). Esses visitantes internacionais vieram principalmente da Argentina, Chile, Estados Unidos, França, Reino Unido, Colômbia, Peru, Portugal e Itália (RIBEIRO; NUNES, 2025).

Turistas estrangeiros foram projetados para gastar em média R$ 590,40 por dia e permanecer por aproximadamente 4 dias (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). Turistas brasileiros (nacionais) foram estimados para gastar R$ 515,84 por dia, com uma estadia média de 3 dias (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). Cariocas e residentes da Região Metropolitana, sem despesas de hospedagem, foram estimados para gastar R$ 133,60 por dia (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). O gasto total estimado apenas dos 65 mil visitantes estrangeiros foi de aproximadamente R$ 153 milhões, contribuindo com cerca de 25% do impacto econômico total de R$ 600 milhões (RIBEIRO; NUNES, 2025).

3.2. Dinamização dos Setores de Consumo

O setor hoteleiro experimentou um impulso significativo, com a taxa de ocupação média na capital atingindo 86,6% (SINDHOTEIS-RJ, 2025). Áreas específicas como Ipanema/Leblon (96,45%) e Copacabana/Leme (95,63%) registraram taxas de ocupação ainda mais elevadas (SINDHOTEIS-RJ, 2025). No geral, a rede hoteleira superou 86% de ocupação (PAULO, 2025). Até mesmo o interior do estado registrou uma ocupação média de 82,11%, parcialmente estimulada pelo show e pelo feriado do Dia do Trabalhador (SINDHOTEIS-RJ, 2025). Esses dados indicam

um aumento substancial na demanda por serviços de hospedagem.

O transporte aéreo registrou um aumento notável, com o Aeroporto Internacional do Galeão apresentando um movimento 26% maior durante a semana do show em comparação com o mesmo período de 2024 (PAULO, 2025). O aeroporto previu mais de 363 mil passageiros, com 256 voos domésticos e 107 internacionais (SINDHOTEIS-RJ, 2025), as companhias aéreas registraram ocupação próxima de 90% nos voos para o Rio de Janeiro; a Gol acrescentou 60 voos extras entre 30 de abril e 4 de maio, enquanto a Latam ampliou em 25% sua oferta para os aeroportos cariocas, com 320 frequências adicionais e 52 mil assentos extras; a Azul programou 482 voos no período, totalizando mais de 30 mil assentos para atender à alta demanda (BOAS, 2025). A rodoviária do Rio de Janeiro esperava mais de 240 mil passageiros (SINDHOTEIS-RJ, 2025).

A Cielo (2025), uma das principais empresas de meios de pagamento do Brasil, detinha 19,9% do mercado brasileiro de transações do varejo no segundo trimestre de 2024 (PAVANI; ALVES; PIOVESANA, 2024), analisou o impacto financeiro do show da Lady Gaga no Rio de Janeiro, no período de 2 a 4 de maio de 2025, em relação ao ano de 2024, através de seu Índice de Varejo Cielo (ICVA). Apesar de não ter dados exatos sobre sua fatia de mercado na cidade, os resultados divulgados pela Cielo servem como uma amostra relevante para entender as movimentações econômicas do período. O setor de Turismo e Transporte no Rio, de forma mais ampla, teve um aumento de 10,9% na receita entre 2 e 4 de maio, com hotéis subindo especificamente 13,9% e o transporte geral 6,9% (CIELO, 2025).

O influxo de fãs estimulou diretamente vários setores de serviços, incluindo transporte, restaurantes, bares, quiosques e comércio em geral (PAULO, 2025). Quiosques ao longo da Praia de Copacabana chegaram a cobrar taxas de entrada para áreas VIP, indicando alta demanda e disposição para pagar (OSÓRIO, 2025). O setor de bares e restaurantes, em particular, havia inicialmente previsto um crescimento de até 20% nas contratações temporárias (PERES, 2025). No entanto, paradoxalmente, o segmento de Bares e Restaurantes registrou uma *diminuição de 1,2%* na receita entre 2 e 4 de maio, apesar da multidão massiva (CIELO, 2025). em contraste, o setor de varejo no Rio de Janeiro cresceu 4,5% no total, com aumentos significativos em Vestuário e Artigos Esportivos (12,2%) e Supermercados e Hipermercados (5,7%) (CIELO, 2025).

A propensão a consumir, um conceito central de Keynes para compreender o efeito multiplicador (KEYNES, 1996, p.133), é crucial. O show atraiu um público diversificado: moradores locais, turistas nacionais e turistas internacionais. O gasto de cada grupo tem um impacto distinto na economia local. Turistas, especialmente os internacionais, com um gasto diário médio mais elevado (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a), representam uma injeção genuína de "dinheiro novo" na economia do Rio, uma vez que suas despesas não ocorreriam ali de outra forma. Isso impulsiona diretamente a demanda agregada.

Contudo, a grande proporção de residentes locais (85% do público inicialmente projetado (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a)) indica que uma parte significativa de seus gastos pode representar uma *realocação* do consumo existente dentro da cidade, em vez de um aumento líquido. Embora isso ainda estimule setores específicos, o efeito multiplicador *líquido* na geração de *nova* renda para a cidade como um todo pode ser menor do que se o público fosse predominantemente de fora. Uma análise macroeconômica precisa do efeito multiplicador deve diferenciar entre o "dinheiro novo" injetado na economia local (proveniente de turistas) e o gasto realocado pelos residentes.

O valor de R$ 600 milhões de "impacto" (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a) é uma soma bruta de despesas. O verdadeiro efeito multiplicador sobre a renda e o emprego locais será mais pronunciado para os gastos de visitantes externos, pois isso constitui um aumento direto na demanda agregada da cidade. A alta proporção de participantes locais sugere que, embora o evento tenha gerado um aumento concentrado em áreas específicas, sua contribuição geral para a atividade econômica *líquida nova* pode ser menor do que uma leitura superficial do valor do impacto bruto sugere.

O observado declínio na receita do setor de Bares e Restaurantes (CIELO, 2025), apesar do fluxo maciço de pessoas e das expectativas de aumento de contratações temporárias (PAULO, 2025), apresenta uma contradição intrigante. Essa anomalia pode ser analisada pela ótica da teoria econômica clássica, ao presumir um conhecimento quase perfeito do futuro e uma flexibilidade ideal nos mercados, que falhava em lidar com a complexidade e a incerteza da economia real (KEYNES, 1973, p.167-169), e do conceito de "grau de monopólio" e formação de preços de Kalecki (1977, p.17). O declínio da receita em bares e restaurantes sugere que, embora a demanda fosse alta, a *elasticidade da oferta* ou a dinâmica do mercado impuseram limitações. Possíveis explicações incluem:

1. Concentração do Consumo: A imensa multidão na praia pode ter consumido principalmente de vendedores informais, quiosques (que cobravam taxas VIP (OSÓRIO, 2025)) ou supermercados (que registraram um aumento de 5,7% (CIELO, 2025)), em vez de estabelecimentos tradicionais com mesas, cujas vendas podem estar sub-representadas na categoria "Bares e Restaurantes".

2. Elasticidade-Preço da Demanda e Precificação Abusiva: A "inflação da Lady Gaga" em hospedagem e transporte (ANDRADE, 2025) indica que os preços em outros setores provavelmente também dispararam. Se os preços em bares e restaurantes se tornaram excessivamente altos, os consumidores podem ter reduzido seu volume de consumo ou optado por alternativas mais baratas, levando a um declínio na receita real, apesar da alta demanda nominal. Isso se alinha à visão de Kalecki de que o "grau de monopólio" (a capacidade de impor *mark-ups*)

afeta a distribuição de renda e o nível de atividade econômica (GHOSH, 2005, p.4).

3. Restrições Operacionais/Logísticas: O volume de pessoas pode ter criado desafios logísticos (por exemplo, acesso, longas filas, preocupações com segurança) que dificultaram a capacidade operacional plena de alguns estabelecimentos, resultando em vendas perdidas.

4. "Crowding Out" da Clientela Regular: Residentes locais que normalmente frequentam esses estabelecimentos podem ter evitado a área devido à superlotação, impactando seus negócios regulares. Isso destaca que os benefícios de tais eventos podem não ser distribuídos uniformemente em todos os subsetores da economia de serviços.

5. Comportamento do Público: Foco no Espetáculo: Relatos de veículos de imprensa indicam que muitos fãs chegaram já nas primeiras horas da manhã, mantendo-se em vigília ou acampados nas areias de Copacabana por várias horas com o objetivo de garantir proximidade com o palco e acompanhar os ensaios (TOKARNIA, 2025; CNN BRASIL, 2025a; CNN BRASIL, 2025b). Essa permanência antecipada reduziu significativamente a circulação dos espectadores por bares e restaurantes da região, uma vez que os espectadores permaneceram concentrados na praia durante horas (GSHOW, 2025), isso impactou diretamente no consumo do setor (TOKARNIA, 2025).

6. Base de Clientes da Cielo: Essa retração pode estar parcialmente relacionada à composição da base de clientes da Cielo, já que parte dos estabelecimentos do setor pode utilizar outros meios de pagamento não captados pela empresa e, portanto, não ser captada nos dados para o cálculo do ICVA.

O "Paradoxo dos Bares e Restaurantes" (queda de 1,2% na receita) é uma anomalia que requer análise mais aprofundada das dinâmicas de consumo e oferta durante o evento.

Esta Tabela 1 consolida dados dispersos sobre perfis de visitantes e seus padrões de gastos (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). Essa agregação melhora a clareza e a comparabilidade das informações, facilitando a compreensão da magnitude e distribuição do impacto econômico. Ao diferenciar explicitamente os gastos por origem (local versus externa), a tabela permite uma análise mais matizada da "injeção" de demanda agregada na economia do Rio.

Os gastos de turistas externos representam uma injeção líquida, contribuindo diretamente para nova renda e emprego, enquanto os gastos de moradores locais podem representar em grande parte uma realocação do consumo existente, com um efeito multiplicador líquido menor. Essa distinção é fundamental para uma avaliação rigorosa do verdadeiro impacto multiplicador. A inclusão das mudanças percentuais na receita por setor (CIELO, 2025) destaca visualmente quais setores foram os principais beneficiários da demanda induzida.

Tabela 1: Impacto Econômico Estimado por Categoria de Gasto e Tipo de Visitante

Tipo de Visitante	Público Estimado (Pessoas)	Dados preliminares de Público (Embratur e Secretaria estadual de Turismo)	Gasto Médio Diário (R$)	Duração da Estadia (Dias)	Gasto Total Estimado por Categoria (R$ Milhões)	Setores Mais Impactados (Variação % Receita)
Cariocas/Região Metropolitana	1.360.000[1]	1.360.000	133,60[3]	1[4]	181.696[5]	Comércio (4,5%), Supermercados (5,7%), Vestuário (12,2%)[9]
Turistas Nacionais	192.000[2]	606.000* 600.000[6]	515,84[3]	3[2]	296.870[5]	Hospedagem (13,9%), Transporte (6,9%), Comércio[9]
Turistas Estrangeiros	65.000[6]		590,40[3]	4[7]	153.504 (para 65 mil turistas)[5]	Hospedagem (13,9%), Transporte (6,9%), Comércio[9]
Total Estimado	2.100.000 (realizado)[8]		–	–	600.000 (projeção)[3]	Turismo & Transporte (10,9%), Bares & Restaurantes (-1,2%)[9]

Notas Explicativas:
*O total de 606.000 visitantes corresponde à soma dos 366 mil turistas que chegaram ao Rio pelo Aeroporto Internacional do Galeão e dos 240 mil que desembarcaram na Rodoviária Novo Rio, que se aproxima da projeção feita pelo estudo da Prefeitura do Rio de Janeiro,

Referências:

1. PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a.
2. PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025b.
3. Dados extraídos de estimativas econômicas divulgadas pelo estudo da PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO (2025a; 2025b). O impacto total de R$ 600 milhões é uma projeção global da prefeitura, não a soma direta dos gastos individuais de cada categoria de visitante.
4. Estadia média dos cariocas estimada em 1 dia para participação no evento (2025b).
5. Cálculo do gasto total: público estimado × gasto médio diário × número de dias.
6. BORGHI, 2025; ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2025. Os 65 mil turistas estrangeiros estão incluídos no grupo dos 366 mil (*) visitantes que chegaram pelo aeroporto.
7. Estimativa média de permanência para turistas internacionais, segundo a Prefeitura do Rio (2025b).
8. PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025c.
9. A variação percentual da receita por setor refere-se ao período de 2 a 4 de maio, comparado ao mesmo período do ano anterior (CIELO, 2025).

Os dados apresentados na Tabela 1 servem como base empírica para as discussões teóricas subsequentes, permitindo uma aplicação robusta de conceitos keynesianos (por exemplo, propensão a consumir, demanda agregada) e *insights* kaleckianos (por exemplo, dinâmica de lucros, impactos setoriais, poder de mercado).

4. Investimento, Emprego e o Efeito Multiplicador

4.1. Investimento na Realização do Evento

O custo total para a realização do show da Lady Gaga foi de R$ 92 milhões (PERES, 2025), o que o posiciona como o show gratuito mais caro já realizado no Brasil. Este investimento foi uma combinação de fundos públicos e privados: R$ 30 milhões vieram de cofres públicos (R$ 15 milhões da Prefeitura do Rio de Janeiro e R$ 15 milhões do Governo do Estado), enquanto os R$ 62 milhões restantes foram obtidos de um consórcio de doze patrocinadores privados, sendo eles, Corona, Santander, LATAM, Zé Delivery, Guaraná Antarctica, como patrocinadores; e Beats, C&A, TRESemmé, 99, Eventim, Kefler, como apoiadores; e a Deezer, como player oficial do evento (VILELA, 2025).

Este valor de investimento público representa um aumento de 50% em comparação com os R$ 20 milhões de fundos públicos alocados para o show da Madonna em 2024 (VILELA, 2025). Além disso, o show da Lady Gaga garantiu seis cotas de patrocínio privado, o dobro das três cotas obtidas para a apresentação da Madonna (VILELA, 2025). O prefeito do Rio, Eduardo Paes, defendeu publicamente o uso de dinheiro público para o show, articulando uma clara justificativa keynesiana: tais eventos "enchem hotéis e restaurantes, beneficiando assim a economia da cidade" (VILELA, 2025). Essa declaração sublinha a intenção do governo de usar o gasto público como um estímulo direto à demanda agregada.

4.2. Geração de Emprego

A geração de emprego direto pela produção do evento foi significativa, com pelo menos 4.000 indivíduos contratados especificamente para a montagem do palco e a estrutura de apoio (PAULO, 2025). Além dessas contratações diretas, Bernardo Fellows, presidente da Riotur, expressou a expectativa de que o movimento econômico mais amplo impulsionado pelo show também "criaria novas oportunidades de emprego no médio prazo" (OSÓRIO, 2025). O setor de bares e restaurantes, em particular, antecipou um crescimento de até 20% nas contratações temporárias (PERES, 2025).

É crucial reconhecer que a maioria dos 4.000 empregos diretos gerados para a produção do evento eram, por natureza, temporários (PAULO, 2025). Isso levanta questões importantes sobre a sustentabilidade e o impacto de longo prazo desses ganhos de emprego no mercado de trabalho

mais amplo. Embora os empregos temporários proporcionem renda imediata, eles não contribuem necessariamente para melhorias estruturais na estabilidade do emprego ou no desenvolvimento de habilidades, a menos que façam parte de uma estratégia mais ampla e contínua.

4.3. O Multiplicador Econômico do Evento

O impacto econômico projetado de R$ 600 milhões (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a) é a principal manifestação do efeito multiplicador. Esse valor representa a atividade econômica total gerada a partir do investimento inicial e das rodadas subsequentes de gastos induzidos. Essa estimativa é notavelmente 27,5% superior aos R$ 469,4 milhões gerados pelo show da Madonna no ano anterior (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). A estimativa de multiplicadores econômicos para megaeventos, como as Olimpíadas no Rio (AGUIAR, 2012, p.41), frequentemente se baseia em modelos complexos, como o Modelo de Equilíbrio Geral Computável (EGC) ou matrizes de insumo-produto (PRONI; FAUSTINO; SILVA, 2014, p.17, 25; AGUIAR, 2012, p.15-17). No entanto, essas metodologias estão sujeitas a críticas significativas:

Superestimação de Resultados: Estudos realizados *ex-ante* (antes do evento) são tipicamente encomendados por partes interessadas (governos, patrocinadores) e tendem a apresentar resultados excessivamente otimistas para justificar os gastos públicos (PRONI; FAUSTINO; SILVA, 2014, p.18). Evidências históricas de megaeventos passados (por exemplo, Copa do Mundo FIFA de 2002 na Coreia do Sul, 2006 na Alemanha) frequentemente mostram que as projeções iniciais não foram confirmadas por avaliações *ex-post* (PRONI; FAUSTINO; SILVA, 2014, p.20, 26, 49, 53).

No caso do show da Lady Gaga, pode-se analisar como a checagem *ex-post* da BBC Verify (2025), publicada em julho de 2025, questionou a estimativa oficial de 2,1 milhões de espectadores no show de Lady Gaga em Copacabana. Com base em imagens aéreas, análise da área ocupada (cerca de 140 mil m², equivalente a 20 campos de futebol) e parâmetros britânicos de segurança (até 4,7 pessoas/m²), concluiu-se que o público real não ultrapassou 660 mil pessoas. Para acomodar confortavelmente os 2,1 milhões estimados, seria necessário ocupar aproximadamente 450 mil m², área que excede a faixa de areia utilizada e demandaria também a ocupação de calçadas e vias públicas em praticamente toda a extensão das praias de Copacabana e do Leme (BBC VERIFY, 2025).

Gastos Totais vs. Incrementais: Uma preocupação metodológica central é a suposição de que todos os gastos associados ao evento representam novas injeções na economia (PRONI; FAUSTINO; SILVA, 2014, p.23). Isso frequentemente falha em considerar gastos que teriam ocorrido de qualquer forma (por exemplo, moradores locais redirecionando orçamentos de

entretenimento existentes) ou "vazamentos" onde o dinheiro sai da economia local. O multiplicador keynesiano pressupõe a existência de capacidade ociosa na economia para que o aumento da demanda se traduza em aumento da produção e do emprego, em vez de apenas aumentos de preços (KEYNES, 1996, p.137).

Contexto do Multiplicador Brasileiro: Um estudo sobre as Olimpíadas do Rio (AGUIAR, 2012) observou que o multiplicador brasileiro estimado era relativamente alto em comparação com referências internacionais. No entanto, alertou que estudos com multiplicadores mais altos frequentemente não empregaram modelagem econômica rigorosa para isolar os efeitos específicos do evento, o que poderia levar a números inflacionados (AGUIAR, 2012, p.48-51). O investimento de R$ 92 milhões no show da Lady Gaga (VILELA, 2025) é predominantemente em "capital circulante" (por exemplo, salários para pessoal temporário, logística, serviços, estruturas temporárias de palco) em vez de "capital fixo" de longo prazo (infraestrutura permanente).

Para Ghosh (2011, p.4), tanto Keynes quanto Kalecki discutem amplamente o investimento, mas com ênfases diferentes. Keynes (1996, p.149) foca na eficiência marginal do capital e na preferência pela liquidez que influenciam as decisões de investimento de longo prazo. Kalecki distingue entre decisões de investimento e desembolsos reais, enfatizando como o investimento gera lucros e expande a capacidade (GHOSH, 2011. p.4). O "multiplicador" de aproximadamente 6,5 (R$ 600M / R$ 92M) para este evento é substancial.

No entanto, a natureza temporária do investimento e dos empregos criados (PAULO, 2025) sugere que o efeito multiplicador, embora forte no curto prazo, pode não gerar um impulso duradouro na capacidade produtiva ou na demanda agregada no longo prazo. Para que o efeito multiplicador se traduza em crescimento econômico sustentado, o gasto induzido precisa levar a formas mais permanentes de investimento e emprego. Embora a alta ocupação hoteleira e o aumento da atividade de transporte (PAULO, 2025) indiquem uma alta propensão a consumir por parte dos visitantes, a natureza temporária do estímulo significa que os ganhos econômicos podem se dissipar rapidamente após o término do evento, a menos que faça parte de uma estratégia contínua como "Rio o Ano Inteiro".

A crítica de Kalecki de que o investimento cria capacidade que pode levar a crises se a demanda não for sustentada (GHOSH, 2011, p.2-4) é altamente relevante aqui, sugerindo que a cidade deve garantir um fluxo consistente de tais eventos ou outras atividades geradoras de demanda para evitar a subutilização da capacidade de serviço temporariamente expandida.

A criação de 4.000 empregos diretos para a montagem do palco (PAULO, 2025) é um benefício tangível. No entanto, essas são explicitamente posições temporárias. Kalecki argumentou que o pleno emprego sustentado é frequentemente politicamente inaceitável sob o capitalismo, pois pode levar a um aumento do poder de barganha dos trabalhadores e a uma potencial compressão

dos lucros capitalistas, provocando oposição da classe capitalista (GHOSH, 2011, p.1-5). Embora o show tenha, sem dúvida, gerado "emprego e renda para a população" (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a), a natureza predominantemente temporária desses empregos significa que eles não alteram fundamentalmente as condições estruturais do mercado de trabalho nem proporcionam segurança de emprego de longo prazo.

De uma perspectiva kaleckiana, sem políticas governamentais mais robustas e contínuas voltadas para alcançar e manter o pleno emprego (além de megaeventos episódicos), esses ganhos de emprego são transitórios. A expectativa da Riotur de que o movimento econômico "criará novas oportunidades de emprego no médio prazo" (OSÓRIO, 2025) é uma hipótese que necessita de monitoramento crítico. Se esses ganhos temporários não se traduzirem em empregos mais estáveis, a contribuição do evento para o bem-estar social de longo prazo, particularmente para a classe trabalhadora, pode ser limitada, reforçando o ceticismo de Kalecki sobre a disposição do capital em aceitar as implicações do pleno emprego genuíno.

5. Inflação e Pressões de Preços

5.1. Aumento de Preços em Hospedagem e Transporte

O show da Lady Gaga resultou em aumentos significativos de preços em setores-chave. Bilhetes de ônibus entre São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo, foram reportados como custando quase seis vezes mais, com aumentos atingindo até 400% para alguns serviços (ANDRADE, 2025). Da mesma forma, as diárias de hotéis em Copacabana registraram aumentos de mais de 328% para o fim de semana do show em comparação com a semana seguinte (ANDRADE, 2025). Os preços de aluguel em plataformas como o Airbnb também experimentaram aumentos substanciais (ANDRADE, 2025). Curiosamente, em alguns casos, viagens aéreas de última hora surpreendentemente ofereceram preços mais competitivos do que as passagens de ônibus para a rota São Paulo-Rio (ANDRADE, 2025).

Esses aumentos acentuados de preços são uma clara manifestação de inflação de demanda localizada. Um aumento massivo e concentrado na demanda em um curto período (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a) encontrou uma oferta relativamente inelástica no curto prazo (capacidade fixa de hotéis, disponibilidade limitada de transporte). O arcabouço regulatório, como a Portaria 4770 da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), permite explicitamente a precificação dinâmica para passagens de ônibus com base na demanda (ANDRADE, 2025), contribuindo para esse fenômeno "inflacionário".

Enquanto Keynes enfatizou salários e preços "rígidos" que não se ajustam eficientemente à demanda do mercado (KEYNES, 1996, p.284-286), os rápidos e substanciais aumentos de preços observados em setores como transporte e hospitalidade sugerem um grau de flexibilidade de preços.

Isso indica que, para setores específicos, especialmente aqueles com alta elasticidade de demanda ou permissões regulatórias para precificação dinâmica, os preços podem responder rapidamente a choques de demanda, levando a pressões inflacionárias localizadas em vez de apenas ajustes de quantidade.

5.2. Implicações para a estabilidade de preços no contexto keynesiano

O fenômeno observado é melhor caracterizado como uma inflação de demanda localizada e temporária, concentrada em setores específicos diretamente impactados pelo evento. Em um contexto keynesiano mais amplo, a inflação geralmente surge quando a demanda agregada supera a capacidade produtiva da economia, ou devido a rigidezes de salários e preços (KEYNES, 1996, p.137). Neste caso, o aumento massivo, embora temporário, da demanda por serviços específicos temporariamente excedeu sua capacidade de oferta de curto prazo. Os aumentos drásticos de preços em hospedagem e transporte (ANDRADE, 2025) são um forte indicador de que a oferta nesses setores é relativamente inelástica no curto prazo.

Quando a demanda (impulsionada pelo show) supera massivamente a oferta disponível, os preços disparam. Isso pode ser interpretado como uma inelasticidade de oferta (gargalo de oferta), que, em um arcabouço keynesiano, pode levar a pressões inflacionárias mesmo antes que o pleno emprego generalizado seja alcançado (KEYNES, 1996, p.280-283). Além da inelasticidade da oferta, a capacidade das empresas de transporte e hotelaria de aumentar os preços em até 600% (ANDRADE, 2025) sugere um grau significativo de poder de mercado. Isso se alinha à perspectiva de Kalecki sobre o "grau de monopólio" (KALECKI, 1977, p.17-18), onde empresas com maior poder de mercado podem impor margens de lucro mais altas durante períodos de pico de demanda, capturando uma fatia maior dos lucros gerados pelo evento. Isso levanta questões críticas sobre a distribuição desses benefícios econômicos, se são amplamente compartilhados ou concentrados nas mãos de poucos atores poderosos.

6. Legado e Perspectivas de Longo Prazo

6.1. O Show como Parte da Estratégia: Rio o Ano Inteiro

O calendário “Rio o ano inteiro”, foi lançado pela Prefeitura em 2025 como uma plataforma digital unificada para divulgar e organizar os principais eventos da cidade ao longo do ano. A iniciativa visa fortalecer o turismo e a economia criativa por meio da previsibilidade e da valorização da agenda cultural, esportiva e de entretenimento do Rio de Janeiro. Segundo estudo de mesmo nome, prevê uma arrecadação de R$ 1,7 bilhão em impostos até 2028, o programa também busca reduzir a sazonalidade do setor e consolidar a imagem do Rio como destino turístico contínuo e global (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025e). O show da Lady Gaga é um

componente-chave da iniciativa "Todo Mundo no Rio", um programa estratégico que visa incorporar grandes shows internacionais ao calendário anual "Rio o Ano Inteiro", de eventos da cidade até, pelo menos, 2028 (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a).

Essa estratégia foi concebida para transformar maio, tradicionalmente um mês de baixa temporada para o turismo, em um período de alta atividade econômica (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). O objetivo abrangente é atrair um fluxo contínuo de visitantes e gerar receita sustentada, posicionando assim a cultura e os megaeventos como um motor consistente para o desenvolvimento econômico (PAULO, 2025).

6.2. Ganhos de Imagem Internacional e "*Soft Power*" para o Rio de Janeiro

O anúncio do show por si só gerou uma exposição espontânea na mídia internacional estimada em US$ 48 milhões (equivalente a R$ 280,5 milhões) (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). Esse valor foi projetado para ultrapassar R$ 1 bilhão após a realização do show (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a). O prefeito do Rio, Eduardo Paes, informou que o evento alcançou um público global de mais de 1,5 bilhão de pessoas por meio de diversas plataformas de mídia social, incluindo YouTube (mais de 180 milhões de visualizações), Instagram (mais de 290 milhões de visualizações), TikTok (mais de 300 milhões de visualizações) e X (antigo Twitter, mais de 500 milhões de visualizações) (PAES apud DIAS, 2025).

Segundo Ribeiro (2025), do Jornal O Globo, o show de Lady Gaga gerou grande repercussão nas redes sociais, com 4,22 milhões de publicações em sete dias, sendo 4,09 milhões no X (antigo Twitter) e 77,5 milhões de impressões. No sábado do show, houve 1,03 milhão de menções e 2,5 milhões de interações, número que aumentou no domingo para 1,83 milhão de menções. A maioria das postagens foi em português (2,77 milhões), seguida por inglês (866 mil) e espanhol (209 mil) (RIBEIRO; NUNES, 2025).

Essa extensa cobertura midiática e o sucesso percebido do evento reforçam significativamente a capacidade do Rio de sediar eventos internacionais de grande escala, elevando assim seu "*soft power*" e sua imagem global como um destino cultural e turístico de destaque (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2025a).

6.3. Potenciais para Desenvolvimento Econômico Sustentável

A estratégia "Todo Mundo no Rio", exemplificada pelo show da Lady Gaga, visa criar um fluxo contínuo de demanda agregada para a cidade, o que se alinha com a perspectiva keynesiana de que a sustentação da demanda é crucial para o crescimento econômico e o emprego. Ao transformar um mês de baixa temporada em um período de alta atividade, a prefeitura busca suavizar as flutuações sazonais do turismo, gerando uma base de demanda mais estável para os

setores de serviços. Se bem-sucedida, essa abordagem pode levar a um aumento mais permanente na capacidade produtiva dos setores de turismo e serviços, incentivando investimentos de longo prazo e a criação de empregos mais estáveis, superando a natureza temporária dos empregos diretos do evento.

No entanto, a sustentabilidade dessa abordagem também deve ser analisada sob a ótica kaleckiana. A "tragédia do investimento" de Kalecki (1977, p.22; GHOSH, 2011, p.4) sugere que a expansão da capacidade, mesmo que temporária, precisa ser continuamente correspondida por demanda para evitar a subutilização e, consequentemente, a redução da lucratividade. Para que a estratégia "Todo Mundo no Rio" seja verdadeiramente sustentável, é necessário que os lucros gerados pelos megaeventos sejam reinvestidos na melhoria da infraestrutura e dos serviços turísticos, e que os ganhos de imagem se traduzam em um aumento duradouro do fluxo turístico, independentemente dos eventos específicos.

A concentração dos benefícios em poucos setores ou a ocorrência de pressões inflacionárias persistentes, como observado no setor de bares e restaurantes (CIELO, 2025) e nos preços de transporte e hospedagem (ANDRADE, 2025), podem comprometer a distribuição equitativa dos ganhos e a atratividade de longo prazo da cidade. A capacidade de gerenciar essas pressões e garantir que os benefícios se espalhem por toda a economia, evitando a oposição da classe capitalista a um pleno emprego que possa aumentar o poder de barganha dos trabalhadores, será fundamental para o sucesso duradouro da estratégia.

7. Conclusões

O show da Lady Gaga no Rio de Janeiro demonstrou um impacto macroeconômico substancial, com uma injeção significativa de demanda agregada que se alinha aos princípios keynesianos de estímulo econômico. O investimento público e privado no evento atuou como um catalisador, gerando um movimento econômico estimado em R$ 600 milhões e atraindo um público massivo, incluindo centenas de milhares de turistas. A análise revela que a estratégia de megaeventos, como parte do programa "Todo Mundo no Rio", funciona como um instrumento eficaz para impulsionar o consumo, a ocupação hoteleira e o setor de transportes no curto prazo, especialmente em períodos de baixa temporada.

Contudo, a aplicação das lentes teóricas de Keynes e Kalecki revela nuances importantes. A distinção entre as projeções *ex-ante* e os resultados *ex-post* sublinha a incerteza inerente às previsões econômicas, um ponto central na teoria keynesiana sobre as expectativas. Embora o evento tenha gerado milhares de empregos diretos, a natureza predominantemente temporária desses postos de trabalho levanta questões sobre sua contribuição para a estabilidade do emprego a longo prazo, ecoando o ceticismo de Kalecki sobre o pleno emprego sustentado em um sistema capitalista sem políticas contínuas e estruturais.

As pressões inflacionárias observadas em setores como hospedagem e transporte, caracterizadas como "inflação da Lady Gaga", indicam gargalos de oferta e a capacidade de empresas com poder de mercado de impor aumentos de preços. Isso ressalta a importância do "grau de monopólio" de Kalecki na distribuição dos ganhos econômicos e a necessidade de intervenção regulatória para proteger os consumidores. O paradoxo da queda de receita em bares e restaurantes, apesar do grande público, sugere que os benefícios de megaeventos podem não ser distribuídos uniformemente em todos os setores, exigindo uma análise mais granular dos fluxos de consumo.

O legado de imagem internacional e "*soft power*" para o Rio de Janeiro é inegável, com uma vasta exposição midiática global que reforça a capacidade da cidade de sediar grandes eventos. No entanto, para que esses ganhos se traduzam em desenvolvimento econômico sustentável, é imperativo que a estratégia "Todo Mundo no Rio" vá além de impulsos temporários.

Recomendações:

1. Aprimoramento das Metodologias de Impacto Econômico: Desenvolver e aplicar metodologias de avaliação *ex-post* mais robustas para megaeventos, que diferenciem claramente os gastos incrementais (dinheiro novo na economia) dos gastos realocados (dinheiro que já circularia na cidade). Isso permitirá uma medição mais precisa do efeito multiplicador líquido e evitará a superestimação.

2. Políticas de Emprego Complementares: Para além da geração de empregos temporários, implementar programas que vinculem os megaeventos a oportunidades de capacitação e inserção em empregos mais estáveis nos setores de turismo e serviços. Isso pode incluir incentivos para que as empresas convertam vagas temporárias em permanentes, contribuindo para o desenvolvimento do capital humano local.

3. Diversificação dos Benefícios Setoriais: Realizar estudos detalhados sobre a distribuição dos gastos dos visitantes entre os diferentes setores da economia, identificando gargalos e oportunidades. Se o setor de bares e restaurantes, por exemplo, não está se beneficiando proporcionalmente, investigar as causas e desenvolver estratégias para integrar melhor esses segmentos nos fluxos de consumo gerados pelos eventos.

4. Estratégia de Longo Prazo para o Turismo: Integrar os megaeventos em um plano de desenvolvimento turístico mais amplo e contínuo, que inclua investimentos em infraestrutura permanente, promoção de destinos além de Copacabana e incentivos para a criação de novos produtos e serviços turísticos. Isso ajudará a transformar os impulsos de demanda em crescimento econômico sustentado e a mitigar os riscos de subutilização da capacidade temporariamente expandida, conforme alertado por Kalecki.

Ao adotar uma abordagem que integra as perspectivas de Keynes e Kalecki, o Rio de Janeiro pode maximizar os benefícios econômicos de seus megaeventos, transformando o estímulo de curto

prazo em um motor de desenvolvimento mais inclusivo e sustentável para a cidade.

8. Referências

AGUIAR, Filipe Pereira Martins. O impacto dos Jogos Olímpicos na economia do Rio de Janeiro. 2012. Monografia (Bacharelado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/1873/1/FPMAguiar.pdf. Acesso em: 21 jul. 2025.

ANDRADE, Maria Clara. Inflação da Lady Gaga: hospedagem e passagem podem custar quase seis vezes mais; veja comparações. Terra, 28 abr. 2025, 15h10 (atualizado em 29 abr. 2025, 07h39). Disponível em: https://www.terra.com.br/economia/inflacao-da-lady-gaga-hospedagem-e-passagem-podem-custar-quase-seis-vezes-mais-veja-comparacoes,2497aa0091dba70b088bc861629cfa06duh8qxkk.html. Acesso em: 21 jul. 2025.

AZEVEDO, Ana. Preço de ônibus entre SP e Rio sobe até 400% com show de Lady Gaga em Copacabana. Mercado & Eventos, 28 abr. 2025, 13h25. Disponível em: https://www.mercadoeeventos.com.br/noticias/servicos/preco-de-onibus-entre-sp-e-rio-sobe-ate-400-com-show-de-lady-gaga-em-copacabana/. Acesso em: 21 jul. 2025.

BBC VERIFY. Could there have been 2 million people at Lady Gaga's Rio concert? BBC Verify, Londres, 14 jul. 2025. Disponível em: https://www.bbc.com/news/articles/cm20rg0vvp9o. Acesso em: 8 ago. 2025.

BESOMI, Daniele. Formal modelling vs. insight in Kalecki's theory of the business cycle. Paper apresentado na conferência "The History of Macroeconomics", Louvain-la-Neuve, 20-22 jan. 2005. Disponível em: https://scispace.com/pdf/formal-modelling-vs-insight-in-kalecki-s-theory-of-the-26oume6m6h.pdf. Acesso em: 12 ago. 2025.

BOAS, Patrícia Vilas. Voos para o Rio atingem 90% de ocupação antes do show da Lady Gaga. Terra, 2 maio 2025. Disponível em: https://www.terra.com.br/diversao/voos-para-o-rio-atingem-90-de-ocupacao-antes-do-show-da-lady-gaga,12c80c8b86fb00fad906f313035941bbwva5uxon.html. Acesso em: 12 ago. 2025.

BORGHI, Heloisa. Show de Lady Gaga Atrai 600 Mil Turistas ao Rio, Segundo Dados Preliminares. Rádio Roquette-Pinto, Rio de Janeiro, 21 maio 2025. Disponível em: https://www.rj.gov.br/radioroquettepinto/index.php/node/8435. Acesso em: 23 jul. 2025.

CIELO. ICVA: Turismo e Transporte no Rio crescem 10,9% com show de Lady Gaga. Blog Cielo: Índice ICVA, publicação por Equipe Cielo, 2 maio 2025. Disponível em: https://blog.cielo.com.br/indice-icva/vendas-varejo-show-lady-gaga-no-rio/. Acesso em: 21 jul. 2025.

CNN BRASIL. Lady Gaga no Brasil: fãs acampam em Copacabana antes de megashow. CNN Brasil, 29 abr. 2025b. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/lady-gaga-no-brasil-fas-acampam-em-copacabana-antes-de-megashow/. Acesso em: 28 jul. 2025.

CNN BRASIL. Lady Gaga no Brasil: fãs procuram os melhores lugares para o show. CNN Brasil, 02 mai. 2025a. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/lady-gaga-no-brasil-fas-procuram-os-melhores-lugares-para-o-show/. Acesso em: 28 jul. 2025.

DIAS, Ana Beatriz. Lady Gaga no Rio impactou mais de 1,5 bilhão de pessoas, diz prefeito. CNN Brasil, 19 maio 2025. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/lady-gaga-no-rio-impactou-mais-de-15-bilhao-de-pessoas-diz-prefeito/. Acesso em: 21 jul. 2025.

ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Carnaval 2025: Estado do Rio bate recordes de crescimento nos setores de bares, restaurante e hotéis. Rio de Janeiro: Governo do Estado do Rio de Janeiro, 2025. Disponível em: https://www.rj.gov.br/noticias/carnaval-2025-estado-do-rio-bate-recordes-de-crescimento-nos-setores-de-bares-restaurante-e-hoteis1126. Acesso em: 25 jul. 2025.

ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Governo do Estado impulsiona Carnaval e promove a geração de 16 mil empregos temporários no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Governo do Estado do Rio de Janeiro, 2025. Disponível em: https://www.rj.gov.br/noticias/governo-do-estado-impulsiona-carnaval-e-promove-a-geracao-de-16-mil-empregos-temporarios-no-rio-de-janeiro3513. Acesso em: 25 jul. 2025.

ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Show de Lady Gaga atrai 600 mil turistas ao Rio de Janeiro. Rádio Roquette-Pinto, 8 jul. 2024. Disponível em: https://www.rj.gov.br/radioroquettepinto/index.php/node/8435. Acesso em: 25 jul. 2025.

GHOSH, Jayati. Michal Kalecki and the economics of development. IDEAs – International Development Economics Associates. set. 2016. https://www.networkideas.org/wp-content/uploads/2016/09/Michal_Kalecki.pdf. Acesso em: 21 jul. 2025.

GSHOW. Ensaio de Lady Gaga teve correria, fã em cima de árvore e mais; veja o que rolou. gshow, 03 mai. 2025. Disponível em: https://gshow.globo.com/cultura-pop/musica/show-da-lady-gaga/noticia/ensaio-de-lady-gaga-teve-correria-fa-em-cima-de-arvore-e-mais-veja-o-que-rolou.ghtml . Acesso em: 28 jul. 2025.

HEIN, Eckhard. The principle of effective demand – Marx, Kalecki, Keynes and beyond. IPE Working Paper, nº 60/2015. Berlin: Institute for International Political Economy (IPE), Berlin School of Economics and Law, nov. 2015. Disponível em: https://www.ipe-berlin.org/fileadmin/institut-ipe/Dokumente/Working_Papers/ipe_working_paper_60.pdf. Acesso em: 21 jul. 2025.

JAHAN, Sarwat; MAHMUD, Ahmed Saber; PAPAGEORGIOU, Chris. What Is Keynesian Economics? In: Finance & Development, Washington, v. 51, n. 3, set. 2014. Publicado pelo International Monetary Fund. Disponível em: https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2014/09/basics.htm. Acesso em: 21 jul. 2025.

KALECKI, Michal. Teoria da Dinâmica Econômica: Ensaio sobre as mudanças cíclicas e a longo prazo da economia capitalista. Tradução de Paulo de Almeida. Apresentação de Jorge Miglioli. São Paulo: Círculo do Livro, 1977. (Os Economistas).

KEYNES, John Maynard. A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda. Tradução de Mário R. da Cruz. Revisão técnica de Cláudio Roberto Contador. Apresentação de Adroaldo Moura da Silva. São Paulo: Nova Cultural, 1996. Tradução de: The general theory of employment, interest and money. London: Macmillan, 1936.

KEYNES, John Maynard. The General Theory of Employment. In: MOGORIDGE, Donald (org.). The General Theory and After II. Defence and Development CWJMK. Londres: Macmillan, 1973. v. XIV, p.109-23. (Artigo transcrito do Quarterly Journal of Economics, Fevereiro de 1937).

KIVAK, Rebecca. Liquidity Preference (Macroeconomic Theory). EBSCO Research Starters: Economics, 2022. Disponível em: https://www.ebsco.com/research-starters/economics/liquidity-preference-macroeconomic-theory. Acesso em: 21 jul. 2025.

OSÓRIO, Luciana. De 'look picanha' a quiosque VIP: como show de Lady Gaga movimenta economia no RJ. BBC News Brasil, 5 maio 2025. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/articles/c14xd3z0ky5o. Acesso em: 20 jul. 2025.

PAULO, Pedro. O PIB Lady Gaga. Poder360, 3 mai. 2025. Disponível em: https://www.poder360.com.br/opiniao/nao-e-so-um-show-lady-gaga-impacta-a-economia-carioca/. Acesso em: 20 jul. 2025.

PAVANI, Luana; ALVES, Amélia; PIOVESANA, Matheus. Cielo conclui OPA para fechar capital e ações deixam de ser negociadas no Novo Mercado da B3. Broadcast, 15 ago. 2024. Disponível em: https://investalk.bb.com.br/noticias/mercado/cielo-conclui-opa-para-fechar-capital-e-acoes-deixam-de-ser-negociadas-no-novo-mercado-da-b3. Acesso em: 8 ago. 2025.

PERES, Julia. Show de Lady Gaga no Rio lota voos, esgota hotéis e deve injetar R$ 600 milhões. Melhor Investimento, 3 maio 2025. Disponível em: https://melhorinvestimento.net/noticias/lady-gaga-show-rio-2025-copacabana. Acesso em: 21 jul. 2025.

PORTAL TELA. Show de Lady Gaga no Rio de Janeiro gera polêmica sobre custos públicos e patrocínios. Portal Tela, Rio de Janeiro, 11 maio 2025. Disponível em: https://www.portaltela.com/economia/geral/2025/05/10/show-de-lady-gaga-no-rio-de-janeiro-gera-polemica-sobre-custos-publicos-e-patrocinios. Acesso em: 21 jul. 2025.

POSSAS, Mario Luiz. Effective Demand, Investment and Dynamics: The Relevance of Kalecki for Macroeconomic Theory. ZÖSS Discussion Paper, n. 110, Hamburg: Universität Hamburg, Zentrum für Ökonomische und Soziologische Studien (ZÖSS), ago. 2024. p.18. Disponível em: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/99551/ssoar-2024-possas-Effective_Demand_Investment_and_Dynamics.pdf?sequence=3&isAllowed=y. Acesso em: 21 jul. 2025.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Carnaval 2025 vai movimentar R$ 5.7 bilhões na economia da cidade, segundo estimativa da Prefeitura. Rio de Janeiro, 2025. Disponível em:https://prefeitura.rio/desenvolvimento-economico/carnaval-2025-vai-movimentar-r-57-bilhoes-na-economia-da-cidade-segundo-estimativa-da-prefeitura/. Acesso em: 25 jul. 2025.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Lady Gaga: show em Copacabana prevê impacto econômico de R$ 600 milhões para o Rio. Riotur, 11 abr. 2025a. Atualizado em 30 abr. 2025. Disponível em: https://riotur.prefeitura.rio/noticias/lady-gaga-show-em-copacabana-preve-impacto-economico-de-r-600-milhoes-para-o-rio/. Acesso em: 20 jul. 2025.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Lady Gaga faz show histórico para 2,1 milhões em Copacabana. Riotur, 5 maio 2025c. Disponível em: https://riotur.prefeitura.rio/noticias/lady-gaga-faz-show-historico-para-21-milhoes-em-copacabana/. Acesso em: 20 jul. 2025.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Potenciais impactos econômicos do show da Lady Gaga no Rio. Rio de Janeiro: SMDE/Riotur, 2025b. Disponível em: https://prefeitura.rio/riotur/lady-gaga-show-em-copacabana-preve-impacto-economico-de-r-600-milhoes-para-o-rio/. Acesso em: 20 jul. 2025.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Prefeitura do Rio apresenta calendário “Rio o ano inteiro” e projeta arrecadação de R$ 1,7 bilhão com eventos e turismo até 2028. Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 24 abr. 2025e. Disponível em: https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-do-rio-apresenta-calendario-rio-o-ano-inteiro-e-projeta-arrecadacao-de-r-17-bilhao-com-eventos-e-turismo-ate-2028/. Acesso em: 21 jul. 2025.

PRONI, Marcelo Weishaupt; FAUSTINO, Raphael Brito; SILVA, Leonardo Oliveira da. Impactos econômicos de megaeventos esportivos. Campinas: Instituto de Economia, Campinas: Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), 2014. Disponível em: https://www.economia.unicamp.br/images/publicacoes/Livros/geral/Impactos-economicos-de-megaeventosesportivos.pdf. Acesso em: 21 jul. 2025.

RIBEIRO, Geraldo; NUNES, Marcos. Show da Lady Gaga trouxe mais de 600 mil turistas ao Rio; impacto para economia da cidade foi de R$ 600 milhões. O Globo, Rio de Janeiro, 6 maio 2025. Disponível em: https://oglobo.globo.com/rio/noticia/2025/05/06/show-da-lady-gaga-trouxe-mais-de-600-mil-turistas-ao-rio-impacto-para-economia-da-cidade-foi-de-r-600-milhoes.ghtml. Acesso em: 23 jul. 2025.

SEARA, Berenice. Embratur: Rio recebeu de 60 a 65 mil turistas internacionais. ICL Notícias, 5 maio 2025. Disponível em: https://iclnoticias.com.br/rio-recebeu-de-60-a-65-mil-turistas/. Acesso em: 21 jul. 2025.

SINDHOTEIS-RJ. Rio celebra saldo positivo no turismo para o show da cantora Lady Gaga. SindHotéis RJ, 5 maio 2025b. Disponível em: https://sindhoteisrj.com.br/noticias/rio-celebra-saldo-positivo-no-turismo-para-o-show-da-cantora-lady-gaga/. Acesso em: 20 jul. 2025.

TOKARNIA, Mariana. Fãs de Lady Gaga se preparam para passar o dia nas areias de Copacabana para garantir um lugar próximo ao palco e ver a ídola de perto. Agência Brasil, 3 mai. 2025. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2025-05/fas-de-lady-gaga-acampam-nas-areias-de-copacabana-para-ver-show. Acesso em: 28 jul.2025.

VILELA, Luiza. Maior e mais caro, show da Lady Gaga é de graça, mas nem tanto — investimento chega a R$ 92 milhões. Exame, 3 maio 2025. Atualizado em 5 maio 2025. Disponível em: https://exame.com/pop/maior-e-mais-caro-show-da-lady-gaga-e-de-graca-mas-nem-tanto-investimento-chega-a-r-92-milhoes/. Acesso em: 20 jul. 2025.